



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operational Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 6: „Educație și competențe”

Titlu proiect: „Atragerea de candidați (viitori studenți) la învățământul terțiar universitar ingineresc și pregătirea lor pentru cerințele pieței muncii actuale”

Cod SMIS proiect: POCU/379/6/21/124651

Partener 6: OMEGA TRUST SRL

Fișă de Seminar nr. 1

Introducere în antreprenariat. Selectarea ideii și demararea afacerii



Concepte teoretice cheie

Noțiunea și dimensiunile conceptului de manager și noțiunea și dimensiunile conceptului de antreprenor

Manager = angajat pe poziții manageriale executive și generale sau principale, atât din mediul privat cât și din sectorul public; principala responsabilitate este aceea de a îndeplini cu succes sarcinile de lucru, prin coordonarea celorlalți angajați, prin trasarea de responsabilități în sarcina acestora și prin planificarea obiectivelor companiei.

Antreprenor = persoana care a reușit să inițieze o afacere de succes, pe termen lung. Antreprenorul este cel care își asumă anumite riscuri pentru a-și îndeplini dorința și pentru a-și pune în funcțiune ideea, scopul său fiind obținerea și creșterea profitului în urma dezvoltării afacerii sale

Diferențe dintre manager și antreprenor

Manager	Antreprenor
Este angajat.	Este angajator.
Ajută un antreprenor în dezvoltarea afacerii/companiei sale.	Dezvoltă o afacere proprie, deschide o companie proprie.
Motivația managerului, cel mai adesea, este dată de câștigurile sale financiare și condițiile locului de muncă.	Motivația antreprenorului vine din faptul că face ceea ce îi place și nu are un program sau alte condiții impuse.
Ia decizii bazate pe analiză, informare, cercetare.	Ia decizii, cel mai adesea, bazate pe intuiție.
Veniturile financiare reprezintă ținta sa.	Activitatea în sine și propria afacere reprezintă ținta sa.
Pune accent pe o organizare mai strictă, bazată pe reguli și principii	Pune accent pe o organizare flexibilă, adaptată condițiilor pieței.
Are un salariu fix.	Veniturile sale financiare variază în funcție de profitul afacerii sale.
Are mai multe condiții de muncă impuse: program, zile de concediu, sarcini, obiective.	Are o flexibilitate mai mare în activitatea sa profesională, fiind condus doar de dorințe și aspirații proprii.
Nu are posibilitatea de a fi foarte creativ și inovator la locul de muncă deoarece trebuie să respecte anumite reguli, să îndeplinească anumite obiective și să lucreze într-un mediu de lucru controlat.	Are posibilitatea de a fi flexibil, creativ, spontan în cadrul afacerii sale, nefiind condus de altcineva.

Sursa: *Greene, 2020*



Procesul antreprenorial

Antreprenoriat = „acel proces prin care mai mulți indivizi exploatează diverse oportunități de afaceri cu ajutorul anumitor resurse” (F. Greene, 2020).

Procesul antreprenorial ia naștere în urma parcurgerii următoarelor etape:

- 1. Identificarea oportunității.** Aceasta poate ține cont de posibilitatea achiziționării materiei primei la prețuri accesibile; rapiditatea în cazul obținerii anumitor produse sau prestării anumitor servicii; calitatea ridicată a anumitor produse sau servicii; condiții foarte accesibile impuse de anumiți furnizori; etc. De obicei, oportunitățile în cadrul procesului antreprenorial sunt influențate și de modificările din cadrul unei piețe sau ale unei industrii; de schimbările demografice; modificări ale comportamentului consumatorului; dezvoltarea tehnologiei; schimbări politice și sociale în cadrul unei societăți.
- 2. Dezvoltarea conceptului de afacere.** Este recomandat ca ideea în sine de afacere să fie corelată cu o nevoie resimțită în cadrul pieței respective sau cu o nevoie a grupului țintă direct. Este important ca o idee de afacere să se diferențieze de concurență, să fie sustenabilă și să poată fi implementată (Soare, 2008).
- 3. Identificarea resurselor necesare.** Volumul și tipul resurselor implicate în inițierea unei afaceri depind, în majoritatea situațiilor, de: dimensiunea afacerii; abilitățile antreprenorului; capitalul social disponibil; timpul implicat în promovarea și dezvoltarea acesteia; obiectivele cu privire la viitorul afacerii; pregătirea resurselor umane implicate în dezvoltarea afacerii; puterea de promovare a afacerii (Soare, 2008).



4. **Obținerea resurselor necesare.** Se recomandă ca antreprenorul să aibă posibilitatea să susțină din resursele proprii afacerea pe un termen lung, până aceasta începe să se auto-susțină și să înregistreze un anumit profit (E. Soare, 2008). Pentru acest lucru, majoritatea antreprenorilor apelează la: fonduri nerambursabile, împrumuturi bancare sau alt tip de împrumuturi și finanțări din partea unor parteneri.

5. **Implementarea și managementul afacerii.** Orice afacere, pentru existența ei în timp, are nevoie de un management eficient și performant. Managementul performant pune accent pe eficientizarea afacerii, pe obținerea calității în cadrul activităților desfășurate cu implicarea unor resurse cât mai limitate (E. Soare, 2008). Acesta se bazează pe viziune și o cercetare atentă a pieței de desfacere și a piețelor noi.

6. **Culegerea rezultatelor.** Această etapă presupune implicarea rezultatelor obținute tot în dezvoltarea și promovarea afacerii, scopul fiind acela de a multiplica rezultatele prezente. În această etapă ia naștere un nou proces antreprenorial, care va respecta toate cele cinci etape anterioare (Soare, 2008).



Competențele și profilul general al antreprenorului (calități, aptitudini, abilități)

Tipuri de antreprenori	Detaliiere
Antreprenori potențiali	Antreprenori care dețin resursele financiare necesare inițierii unei afaceri, care au identificat și oportunitatea potrivită, dar, care nu implementează afacerea respectivă din cauza fricii de eșec.
Antreprenorii hotărâți (Intending to Start)	Antreprenori care pun accent pe opinia comunității referitoare la noțiunea de antreprenor și se bazează pe statutul în cadrul societății și comunității, dar și pe opinia mass-mediei cu privire la activitatea sa antreprenorială.
Antreprenori în curs de formare (Nascent or Just Starting)	Antreprenorii la început de drum, care au inițiat o afacere de mai puțin de trei luni.
Antreprenori noi	Antreprenori care au inițiat o afacere de minim 3 luni și maxim 3 ani.
Antreprenori consolidați	Antreprenorii care au inițiat o afacere de succes de mai mult de trei ani și care reprezintă o resursă importantă pentru antreprenorii în curs de formare sau pentru noii antreprenori, datorită experienței și succesului lor.
Antreprenori suspendați (Discontinuance)	Sunt considerați acei antreprenori care și-au întrerupt afacerea.

Sursa: Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2020



Abilitățile unui antreprenor

Abilități intrapersonale:

- Atitudine pozitivă
- Optimist
- Încercător în sine
- Înțelept în domeniul afacerilor
- Doritor de independență
- Doritor de autodepășire
- Capabil de a-și asuma riscuri
- Responsabil
- Sănătos
- Energic
- Auto-disciplinat
- Determinat
- Perseverent
- Creativ

Abilități interpersonale:

- Adaptabil
- Realist
- Bun organizator
- Orientat spre atingerea rezultatelor
- Orientat spre viitor
- Sociabil
- Capacități de lider
- Orientat spre atingerea performanțelor în echipă
- Bun coechipier

Sursa: Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2020



Mediul antreprenorial: definire și caracteristici. Mediul antreprenorial real și mediul antreprenorial perceput

Mediul real antreprenorial

Cuprinde acei factori de natură contextuală care pot influența etapele inițierii unei afaceri, până la schimbarea anumitor decizii, activități sau chiar rezultate. Acesta se caracterizează prin elemente interne și externe ale unei companii (S. Cubico et. al., 2010). Elementele interne ale unei companii care pot influența bunul mers al unei afaceri și care fac parte din mediul real antreprenorial sunt: resursele implicate în cadrul afacerii respective, abilitățile și trăsăturile de personalitate ale antreprenorului, zona în care afacerea respectivă activează, durata de viață a companiei, puterea financiară a companiei. Elementele externe sunt: actele normative în materie, politicile economice ale unei țări, viziunea unei societăți asupra antreprenoriatului, inflația unei țări, accesul la diverse resurse financiare pentru dezvoltarea și finanțarea unei afaceri.



Mediul antreprenorial: definire și caracteristici. Mediul antreprenorial real și mediul antreprenorial perceput

Mediul real antreprenorial

Au fost identificate trei medii reale antreprenoriale: mediul favorabil de afaceri, mediul nefavorabil și mediul permisiv de afaceri (S. Cubico et. al., 2010). **Mediul favorabil** este cel care, prin componentele sale stimulează dezvoltarea companiilor și antreprenoriatul. În alcătuirea acestuia intră elementele economice, culturale, sociale și legale care favorizează dezvoltarea programelor antreprenoriale. **Mediul nefavorabil** de afaceri se caracterizează prin restricții și interdicții impuse procesului antreprenorial. **Mediul permisiv** de afaceri este cel care pune la dispoziția antreprenorilor mai multe posibilități de inițiere a afacerilor, însă, cadrul de manifestare al acestor posibilități este unul destul de greu de abordat. Mediul permisiv de afaceri este acela în care există voință din partea instituțiilor naționale pentru promovarea și dezvoltarea antreprenoriatului, dar în care există și anumite dificultăți de care antreprenorii pot avea parte și cărora ar trebui să le facă față. Poate fi vorba de taxe sau impozite prea mari, de anumite condiții mai greu de atins sau de anumite cerințe mai mari în domeniul fiscal.



Mediul antreprenorial: definire și caracteristici. Mediul antreprenorial real și mediul antreprenorial perceput

Mediul antreprenorial perceput

Mediul antreprenorial perceput este alcătuit din mai multe elemente care fac parte și din mediul real de afaceri care influențează semnificativ succesul unei afaceri. Unii autori (S. Cubico et. al., 2010) au încadrat aici natura individuală a antreprenorului și definirea mediului de afaceri din perspectiva acestuia. Acesta înglobează două dimensiuni: cognitivă și afectivă. Cea cognitivă face referire la faptul că antreprenorul a identificat mai multe elemente cu putere mare de influență asupra performanței afacerii și le-a revizuit la timp. Cea afectivă se bazează pe acele informații mai generale de care antreprenorul se folosește în afacerea sa.



Antreprenor și soloprenor

Antreprenorul = persoana care inițiază o afacere, scopul fiind dezvoltarea acesteia și creșterea treptată a profitului, prin implicarea anumitor resurse: umane, materiale, financiare, informaționale (A. Rauch; F. Frese, 2007). În acest sens, scopul antreprenorului este cel de a dezvolta afacerea respectivă, cu ajutorul angajaților săi și pornind de la o strategie concretă.

Soloprenorul = antreprenor care își dorește să fie independent financiar, dar și să facă ceea ce îi place, să dispună de un timp liber mai mare și să lucreze singur.

Diferențele dintre antreprenor și soloprenor

Antreprenor	Soloprenor
În afacerea sa implică și alți angajați, manageri.	În afacerea sa lucrează singur.
Scopul său este de a dezvolta afacerea și de a obține un profit cât mai mare	Scopul său este de a obține independență financiară și timp liber
Demarează afacerea pornind de la un plan și o strategie de lucru	Demarează afacerea pornind de la ceea ce îi place și este foarte flexibil
Implică mai multe resurse în afacerea sa: de timp, umane, financiare, materiale	Se bazează pe simplitate în afacerea sa și nu este dispus să investească resurse prea mari în dezvoltarea acesteia.
Are mai multe responsabilități și își asumă mai multe riscuri	Nu își asumă riscuri și nici responsabilități prea mari
Pune accent pe dezvoltarea afacerii în viitor	Nu se gândește la viitor și nu își planifică activitățile pe termen lung în cadrul afacerii sale.
Acționează în echipă	Acționează izolat
Atașament față de succesul afacerii	Atașament față de propria persoană.

Sursa: Patagundi, Natraj, 2017

Avantajele și dezavantajele de a fi antreprenor

AVANTAJE	DEZAVANTAJE
Fără limite din punct de vedere al poziției sociale și financiare	Expunere la riscuri mai mari
Independență în luarea deciziilor	Luarea deciziilor de unul singur
Alcătuirea echipei de lucru după propriile criterii și condiții	Un grad de responsabilitate mai mare
Grad redus de șomaj	Capacitatea scăzută de adaptare în cadrul unui loc de muncă normal, în cazul eșecului afacerii
O răsplată mai mare, din punct de vedere financiar și social, în cazul în care afacerea este una profitabilă	Presiune și stres
Un grad mai mare de utilitate și importanță a activității profesionale	Timp redus acordat vieții de familie și vieții sociale
Selectarea oportunităților în funcție de propriile obiective	Atenție sporită la schimbările venite din mediul extern
Program flexibil	Un timp mai mare de lucru
Rezistența în timp a unei companii ce poate fi lăsată următoarelor generații	Pierderi financiare, materiale, de timp, în cazul eșecului afacerii.
Oferirea unui exemplu de urmat pentru ceilalți care își doresc să devină antreprenori.	

Sursa: Crețu et. al., 2012



Intraprenoriatul – antreprenoriatul intern

Intraprenorul este definit ca fiind „angajatul unei companii care deține abilitățile și trăsăturile unui antreprenor” (A. Venera, 2010). Practic, intraprenorul este „antreprenorul angajat în cadrul unei companii pentru dezvoltarea acesteia sau angajat pentru deschiderea unei companii de către o altă persoană, care nu are cunoștințele și abilitățile necesare inițierii unei afaceri” (A. Venera, 2010).

Intraprenorul este persoana responsabilă de gestionarea problemelor administrative ale unei alte persoane care dorește să inițieze o afacere sau ale unei alte companii care urmărește fie depășirea unei situații dificile din punct de vedere economic, fie extinderea sa sau creșterea profitului.

Intraprenorul trebuie să dea dovadă de: creativitate, capacitate de inovare, responsabilitate, asumarea riscurilor, transparență, încredere, cunoaștere, curaj și optimism.

Sarcina sa principală este cea de a „dezvolta și gestiona produse sau servicii noi”. Pentru acest lucru intraprenorii trebuie să fie dispuși să investească în dezvoltarea lor profesională și personală, să fie capabili să își construiască o echipă responsabilă și implicată și să aibă o capacitate mare de planificare și organizare.



Cultura organizațională intraprenorială

Etape pentru crearea și dezvoltarea unei culturi intraprenoriale:

1. **Selectarea normelor reale** - În cadrul acestei etape se are în vedere cunoașterea culturii organizaționale prezente și identificarea obiectivelor, dimensiunilor și normelor pentru noua cultură organizațională.
2. **Formularea noilor direcții culturale** - plecând de la normele selectate în cadrul primei etape se va avea în vedere formularea unei noi direcții culturale, de tip intraprenorial, și se vor concretiza valorile și trăsăturile acesteia.
3. **Stabilirea noilor norme de urmat în cadrul companiei** - se vor concretiza, chiar în scris, normele noii culturi organizaționale intraprenoriale, care vor pune accent pe eficientizarea activităților interne. Acestea vor fi transmise tuturor angajaților companiei.
4. **Identificarea decalajelor dintre noua și vechea cultură organizațională** - are ca scop conturarea noii culturi organizaționale, pornind de la valorile și normele vechii culturi, care trebuie înlocuite.
5. **Restrângerea diferențelor culturale** - vizează stabilirea unui acord între normele noii culturi organizaționale și normele vechii culturi. Este important ca aceste diferențe să se clasifice în funcție de specificul lor și să fie tratate ca atare. Spre exemplu, diferențe ce țin de: promovarea și motivarea angajaților, politicile de recrutare, politicile sociale ale companiei, etc.



Trăsăturile intraprenorilor

Principalele diferențe dintre antreprenori și intraprenori sunt date de următoarele trăsături:

- Scopul lor nu este îmbogățirea proprie, „ei sunt stimulați de libertate și de puterea de decizie pe care o au” (S. Parker, 2011).
- Capacitatea de a gândi strategic. Intraprenorii se remarcă prin curiozitate, implicare, cercetare, analiză, inovare, aplicare, aspecte care au un impact pozitiv major asupra companiei (S. Parker, 2011).
- Capacitatea de creativitate și inovare, alături de determinarea de a implementa ideile noi și de a merge în direcții cât mai inovative;
- Orientare către analiză și cercetare. Înainte de a implementa o nouă procedură de lucru, intraprenorii analizează foarte bine avantajele și dezavantajele, impactul pe care aceasta l-ar putea avea asupra companiei, asupra angajaților sau asupra clienților. Ei se folosesc de proiectări, previziuni, analize specifice până când rezultatele devin clare și cât de cât sigure (S. Parker, 2011).



Trăsăturile intraprenorilor

- Capacitatea mare de flexibilitate. Intraprenorii nu se feresc să aducă schimbări în cadrul strategiilor interne, atât pe termen scurt, cât și pe termen lung, deoarece sunt conștienți de faptul că schimbările, dacă sunt propuse în urma unor analize amănunțite, pot avea un impact mai mare pe termen scurt, asupra companiei respective (S. Parker, 2011).
- Autenticitate. Această trăsătură vine din încrederea în ei și în deciziile lor și din orientarea lor către dezvoltare și inovare.
- Intergitatea, care vine din faptul că implementează noile instrumente de lucru în mod transparent, eficient și își asumă riscurile acțiunilor propria, alături de manageri și directori (S. Parker, 2011).



Exemple de intraprenoriat

Sony: „Ken Kutaragi, un angajat debutant din cadrul companiei Sony, obișnuia să își petreacă timpul liber împreună cu fiicele lui, încercând să îmbunătățească dispozitivul Nintendo. În ciuda faptului că personalul Sony nu i-a apreciat munca, Ken a fost destul de norocos încât să capteze atenția unui șef. Rezultatul a fost crearea unuia dintre cele mai valoroase produse actuale de pe piață ale mărcii Sony: Sony PlayStation. În prezent, PlayStation reprezintă unul dintre produsele nou apărute în industria jocurilor, făcând parte dintre cele mai bine vândute console” (Vocoli, 2014).

3M: „Chimistul Spencer Silver a încercat să creeze un adeziv puternic cu scopul de a-l folosi în tehnologia aeronautică. Cercetările lui au eșuat pentru că a creat din greșeală un adeziv deschis la culoare, care se lipea de suprafețe fără să lase nicio urmă după înlăturare. Acesta este un exemplu de gândire strategică în care o persoană, în loc să scape de o anumită idee, a decis să lucreze în continuare la ea și să o îmbunătățească dându-i alte utilizări. După ani de încercări de a lansa această invenție, Silver și Art Fry (un coleg cercetător de la compania 3M) s-au alăturat trupelor militare și împreună au venit cu ideea notițelor Post-It ,care sunt și acum foarte populare” (Vocoli, 2014).



Exercitiu practic

Din noțiunile de: antreprenor, intraprenor, soloprenor, selectați noțiunea care considerați că vi se potrivește cel mai mult. Argumentați răspunsul corelând trăsăturile conceptului selectat cu trăsăturile dvs.



Antreprenoriat social

Antreprenoriatul social este „acea modalitate de a iniția o afacere cu scopul remedierii unei probleme sociale și nu neapărat pentru obținerea unui profit” (A. Onofrei; A. Ionescu, 2019).

Potrivit autoarelor citate anterior „antreprenoriatul social implică 3 elemente esențiale: oameni, planeta și profitul” (A. Onofrei; A. Ionescu, 2019). În opinia acestora, antreprenoriatul social dispune de capacitatea de a aduce schimbări majore în viața oamenilor și, mai ales, în cadrul unei comunități. De asemenea, antreprenoriatul social pune un accent puternic pe impactul activităților profesionale asupra mediului și ia măsuri pentru protejarea acestuia. Urmărirea profitului în cadrul antreprenoriatului social, potrivit aceluiași autoare, se face doar cu scopul de a asigura salariile angajaților și dezvoltarea afacerii, în sine.

În cadrul literaturii de specialitate (E. Orhei, 2007) au fost identificate și anumite obiective ale antreprenoriatului social, și anume:

Misiunea - este foarte importantă pentru acest tip de antreprenoriat, dar nu mai importantă decât serviciile furnizate sau produsele comercializate. Misiunea este cea care diferențiază afacerea socială de concurență și aduce un plus de valoare acesteia.



Antreprenoriat social

- Crearea locurilor de muncă - în acest sens, o afacere socială pune accent mai ales pe crearea locurilor de muncă pentru grupuri defavorizate: adulți sau tineri din mediul rural, tineri NEET, tineri sau persoane cu dizabilități, mame singure, persoane aproape de vârsta de pensionare sau pensionari, persoane de etnie romă sau pentru persoane ce aparțin altor minorități.
- Protejarea mediului înconjurător - în acest sens, o afacere socială va dezvolta și promova produse sustenabile, create pe baza unor metode care nu poluează sau care au un grad redus de poluare.
- Dezvoltarea personală și profesională - este un obiectiv al afacerilor sociale îndreptat către angajați sau către persoane din grupuri defavorizate, scopul fiind acela de a promova afacerea în sine și de a aduce o contribuție reală comunității și resurselor umane implicate în cadrul acesteia;
- Mediul de lucru divers și incluziv - în acest sens, afacerile sociale pun accent pe combaterea discriminării la locul de muncă și pe asigurarea drepturilor angajaților, indiferent de categoriile în care aceștia se încadrează: femei, grupuri defavorizate, persoane vârstnice, tineri, etc.
- Transparența - nu este doar un obiectiv al afacerilor de acest gen, ci este și un scop în sine. Cu cât gradul de transparență în cadrul acestor afaceri este mai mare, cu atât implicarea celorlalți acționari în dezvoltarea afacerii va fi mai mare.



Antreprenoriat social - Exemple

- 1) **Made in Roșia Montană** este o companie fondată în 2013 care se ocupă cu producția și vânzarea de produse de lână. Produsele sunt realizate manual de către localnici. Un alt element social al afacerii este acela că 90% din profit este reinvestit în producția de articole de lână iar 10% este investit în educație”.
- 2) **Meșteshukar ButiQ** este o întreprindere socială care aduce în fața publicului larg arta antică a meșteșugarilor rromi. În parteneriat cu alte asociații, aceștia au deschis un magazin în centrul Bucureștiului, în care vând produse tradiționale și bijuterii”
- 3) **Arts4Refugees** este un proiect marca BizGees care susține refugiații într-o manieră antreprenorială. Arts4Refugees lucrează împreună cu femei milleniali pentru a crea patru fluxuri diferite de produse: Produse artistice pe bază de cerere, Modă virtuală, Articole de modă pentru închiriat și Genți de designer”

Toate exemplele de mai sus sunt disponibile aici: innovatingsociety.com).



Demararea propriei afaceri

Pentru a avea succes și pentru a avea o durată de viață mai mare, este recomandat ca o afacere să țină cont de: factorii demografici, factorii sociali, sectorul tehnologic, tendințele actuale în mediul privat și în domeniul afacerilor noi deschise (A. Istocescu, 2003).

- Factorii demografici sunt cei mai în măsură să evidențieze oportunitățile de afaceri pentru anumite segmente ale populației, în funcție de caracteristicile fiecărui segment în parte. Segmentele populației, cele mai relevante pentru o afacere, sunt definite de: categoriile de vârstă, gradul de educație, nivelul veniturilor, sex, mediul rezidențial (A. Istocescu, 2003).
- Factorii sociali cu un impact semnificativ asupra unei afaceri țin de: modificările în cadrul familiilor; preocupările pentru un anumit stil de viață (sănătos, axat pe sport, pe un anumit regim alimentar); preocupările față de mediul înconjurător; preocupările pentru anumite tradiții, culturi. Acești factori pot influența o afacere și pot reprezenta sursa unei idei productive de afacere deoarece au posibilitatea de a identifica o anumită nevoie sau cerință a unui segment de populație.



Demararea propriei afaceri

- Sectorul tehnologic pune accent pe utilizarea, în procente cât mai mari a mijloacelor de inteligență artificială și a mijloacelor tehnologice în dezvoltarea și promovarea unei afaceri. Implicațiile acestui sector în cadrul unei afaceri se resimt, mai ales, în strategiile de marketing, axate din ce în ce mai mult pe instrumente online, de inteligență artificială (A. Istocescu, 2003).
- Tendințele în afaceri sunt foarte importante de luat în calcul deoarece pot reprezenta exemple de succes sau insucces într-un anumit domeniu, pot reprezenta practici testate într-un anumit domeniu. Acest aspect reduce cu mult riscurile unei noi idei de afaceri și oferă răspunsuri importante pentru anumite probleme specifice primelor etape de concretizare a unei afaceri (A. Istocescu, 2003). Spre exemplu, dezvoltarea grădinițelor particulare a condus la tendința dezvoltării firmelor de catering și de livrare a hranei la domiciliu, strict pentru acest sector. Apoi, acest serviciu s-a dezvoltat și în cadrul altor segmente de clienți. Un alt exemplu este și acela că, tendința de a adopta animale de companie a condus la dezvoltarea hotelurilor pentru animalele de companie, spațiilor de îngrijire pentru acestea, pentru perioade mai mari de timp și alte servicii destinate acestora.



Ideile pentru afaceri se pot naște și din:

- **Experiența profesională anterioară.** În acest caz, cunoștințele acumulate în acel domeniu de activitate, experiența de lucru, cunoașterea furnizorilor, a potențialilor clienți, cunoașterea detaliată a pieței, a cerințelor clienților reprezintă avantaje majore pentru o nouă afacere.
- **Hobby-urile sau experiențele personale.** În acest caz, avantajele sunt date de faptul că activitatea profesională reprezintă, de fapt, o pasiune, cunoștințele acumulate din cadrul experiențelor personale, metodele și instrumentele utilizate pentru a trece peste anumite experiențe sau pentru a face față anumitor situații, unele nevoi sau dorințe personale pot reprezenta idei pentru crearea unui nou serviciu sau a unui nou produs.
- **Relațiile sociale.** Constituie o importantă sursă de inspirație pentru o afacere nouă deoarece a condus la creionarea cadrului de lucru: în cadrul acestora s-au conturat relații cu clienții, relații cu furnizori, distribuitori, posibili parteneri, persoane cu experiență sau cunoștință într-un domeniu, există relații cu rudele sau familia care pot reprezenta un ajutor real în demararea unei afaceri,
- **Căutările intenționate, la întâmplare, pot da naștere unor noi idei de afaceri.** Acestea pot transpune exemple de bune practici în domeniul inițierii unei afaceri, exemple de afaceri care au eșuat și pot relata chiar pașii concreți pentru deschiderea unei noi afaceri sau în promovarea unei afaceri

Etapele evaluării unei afaceri

1. Așteptările de la afacerea respectivă:

- Se va avea în vedere stabilirea scopului afacerii.
- Se vor identifica și următoarele elemente: timpul propus pentru dezvoltare, profitul care se dorește a fi obținut, așteptările privind auto-finanțarea și dezvoltarea sa, valorile urmărite în cadrul acesteia.
- Se va defini forma legală a companiei (PFA, SRL, SA)

2. Produsele sau serviciile dezvoltate:

- Se vor descrie în detaliu produsele sau serviciile oferite (din categoriile: servicii, comerț, producție).
- Se vor identifica diferențele dintre serviciile sau produsele propuse și cele deja existente
- Se vor identifica condițiile de distribuire sau furnizare a acestora: licențe, drepturi de autor, înregistrări, etc.
- Se va analiza dacă produsul sau serviciul respectiv respectă actele normative din domeniu

3. Organizarea producției:

- identificarea tipului de tehnologie utilizat și a mijloacelor tehnologice,
- modul de achiziționare a echipamentului necesar
- volumul necesar de producție, pentru început și pentru un termen mediu și apoi lung,
- spațiul necesar
- materiile prime necesare,
- organizarea procesului de producție, în sine,
- resursele necesare pentru producție: financiare, umane, materiale

4. Organizarea serviciilor sau a comerțului:

- descrierea activităților dorite și necesare
- organizarea spațiilor pentru desfășurarea activităților,
- modul de achiziționare a spațiilor,
- selectarea echipamentului necesar,
- selectarea condițiilor pentru personalul implicat în acest proces,
- identificarea furnizorilor,
- identificarea și selectarea metodelor de servire a clienților.

5. Resursele necesare:

- Analiza volumului resurselor financiare necesare,
- Identificarea resurselor materiale necesare,
- Necesarul de personal, concretizarea posturilor,
- Analiza resurselor informaționale: cunoștințe, licențe, proceduri specifice de lucru, aprobări din partea anumitor instituții, condiții de calitate, etc.

6. Furnizorii:

Se vor identifica condițiile pe care aceștia trebuie să le îndeplinească:

- calitatea produselor,
- costuri,
- garanția oferită,
- instalare, etc.

7. Distribuția:

Se va realiza prin:

- comerț direct,
- prin intermediari (comerț cu amănuntul),
- comerțul cu ridicata (doi intermediari care asigură distribuția de la producător la client)
- resurse financiare necesare pentru acest serviciu,
- condițiile de distribuție impuse



Exercițiu practic

Plecând de la opțiunea selectată în cadrul exercițiului anterior (antreprenor, soloprenor, intraprenor), întocmiți fișa de evaluare a unei afaceri, care să corespundă noțiunii alese.



Forme legale ale afacerii

Formele juridice prin care un antreprenor poate iniția o afacere sunt:

- Persoane fizice autorizate (PFA) și asociații familiale
- Societăți comerciale. Din cadrul societăților comerciale fac parte: ”Societate în nume colectiv (S.N.C.), Societate în comandită simplă (S.C.S.), Societate în comandită pe acțiuni (S.C.A.), Societate pe acțiuni (S.A.), Societate cu răspundere limitată (S.R.L.)” (Legea nr. 31/1990 privind societățile comerciale, republicată)

Important de menționat este faptul că forma juridică sub care urmează să se concretizeze afacerea în sine se va decide în funcție de:

- dimensiunea activității;
- numărul celorlalți parteneri implicați;
- răspunderea asumată a partenerilor implicați;
- capitalul social disponibil;
- gradul de participare al partenerilor la capitalul social
- posibilitatea de dezvoltare, în viitor, a afacerii respective



Avantajele și dezavantajele afacerilor mici

În procesul de inițiere al unei afaceri există mai multe piedici pe care antreprenorii, mai ales cei aflați la început de drum, trebuie să le depășească. În literatura de specialitate (M. Smith; A. Apfel; K. Bergstrom; 2004) au fost identificate cele mai des întâlnite dificultăți în cadrul procesului de dezvoltare a unei afaceri:

- Cerințele legale din diferite domenii: protecția consumatorilor, cerințele pentru garanția și returnarea produselor; condiții ce țin de drepturi de autor, licențe, etc.
- Limitările impuse de piețele speciale, cum ar fi: preferințele doar pentru anumite mărci, costurile irecuperabile;
- Bariere la intrarea pe piață create special de concurență: prețurile prea mici ale concurenților, contractele exclusive cu anumiți furnizori, controlul resurselor dintr-o anumită industrie,
- Schimbările prea frecvente din mediul social, politic și economic. Acestea pot influența negativ începuturile unei afaceri, deoarece pot impune schimbări majore prea rapide, compania nou deschisă neavând timp să se alinieze acestora.
- Riscuri specifice unei afaceri noi. Acestea au fost împărțite în riscuri ale afacerii în sine și riscuri personale, ce țin de antreprenor. Din prima categorie fac parte: furturi, incidente, concurența neloială, schimbări majore în cadrul pieței, uzarea echipamentelor. Din a doua categorie fac parte: relațiile tensionate cu partenerii de afaceri, probleme legale, relații conflictuale de familie.

Avantajele și dezavantajele unei întreprinderi mici

Avantaje	Dezavantaje
Flexibilitate mai mare	Specializare redusă
Investirea inițială a unor resurse financiare mai reduse	Resurse, de orice tip, limitate
Strategii manageriale mai simpliste	Rată de lichiditate redusă
Eligibilitate mai mare pentru diverse programe de finanțare	Birocrație complexă, indiferent de dimensiunea redusă a acesteia
Un grad mai mare de fidelizare în rândul clienților	Posibilități reduse de colaborare cu alți parteneri de afaceri
Verificare mai complexă a standardelor de calitate.	Posibilități reduse de implicare în proiecte sociale
Proceduri și politici interne mai ușor de implementat	
Atragerea mai mare a partenerilor locali, mici și a altor organizații din cadrul aceleiași comunități	
O posibilitate mai mare de implementare a programelor interne, finanțate prin fonduri nerambursabile	

Sursa: M. Smith; A. Apfel; K. Bergstrom; 2004



Exemple de afaceri

„Lensa.ro este un start-up românesc specializat în lentile de contact, ochelari de soare și ochelari de vedere, demarat în anul 2013 cu 500 euro. În prezent, acesta a depășit pragul de un milion de euro cifră de afaceri. Acest aspect se datorează faptului că a intrat pe o piață nouă: lentile de contact colorate. Business-ul Lensa.ro este un magazin online și fizic de ochelari de soare și de vedere ce dispune de cabinet propriu pentru consultații” (www.wall-street.ro).

„Narcoffee Roasters este o afacere de succes pornită în Cluj, pe piața cafenelelor de specialitate. [Narcoffee Roasters](#) este un concept de cafenele de specialitate fondat de către doi dintre cei mai importanți oameni de afaceri clujeni din domeniul HoReCa, cu o investiție inițială de 500.000 euro. În prezent, lanțul de cafenele de specialitate Narcoffee Roasters pune la dispoziția antreprenorilor un sistem de franciză al rețelei” (www.forbes.ro)

„Floria.ro este un magazin online de flori unice, cu un design inspirat din moda internațională din acest domeniu, adaptat pentru piața națională. Grupul Floria deține șase florării, magazinul online și depozitul en-gros înregistrând vânzări de peste 17 milioane lei în anul 2018. Acest aspect se datorează vânzării în marile rețele de retail, care a reprezentat 40% din cifra de afaceri din offline” (www.forbes.ro).



Exemple de afaceri

[The Home](#) a pornit ca un site în care sunt prezentate spre vânzare obiecte de [mobilier](#) scandinav și a fost extins cu un magazin fizic, în care sunt expuse modalități de combinare a diferitelor piese de mobilier și decorațiuni. Cu o investiție inițială de circa 20.000 de euro, după patru ani de la înființare, The Home a ajuns la vânzări de un milion de euro, în anul 2017. Deținătorul magazinului a creat o afacere în domeniul pasiunii sale, a participat la numeroase târguri de profil și a învățat să combine arta, natura, cu relaxarea și funcționalitatea. Abia apoi a deschis acest site. Majoritatea vânzărilor au loc online și nu fizic” (www.wall-street.ro).

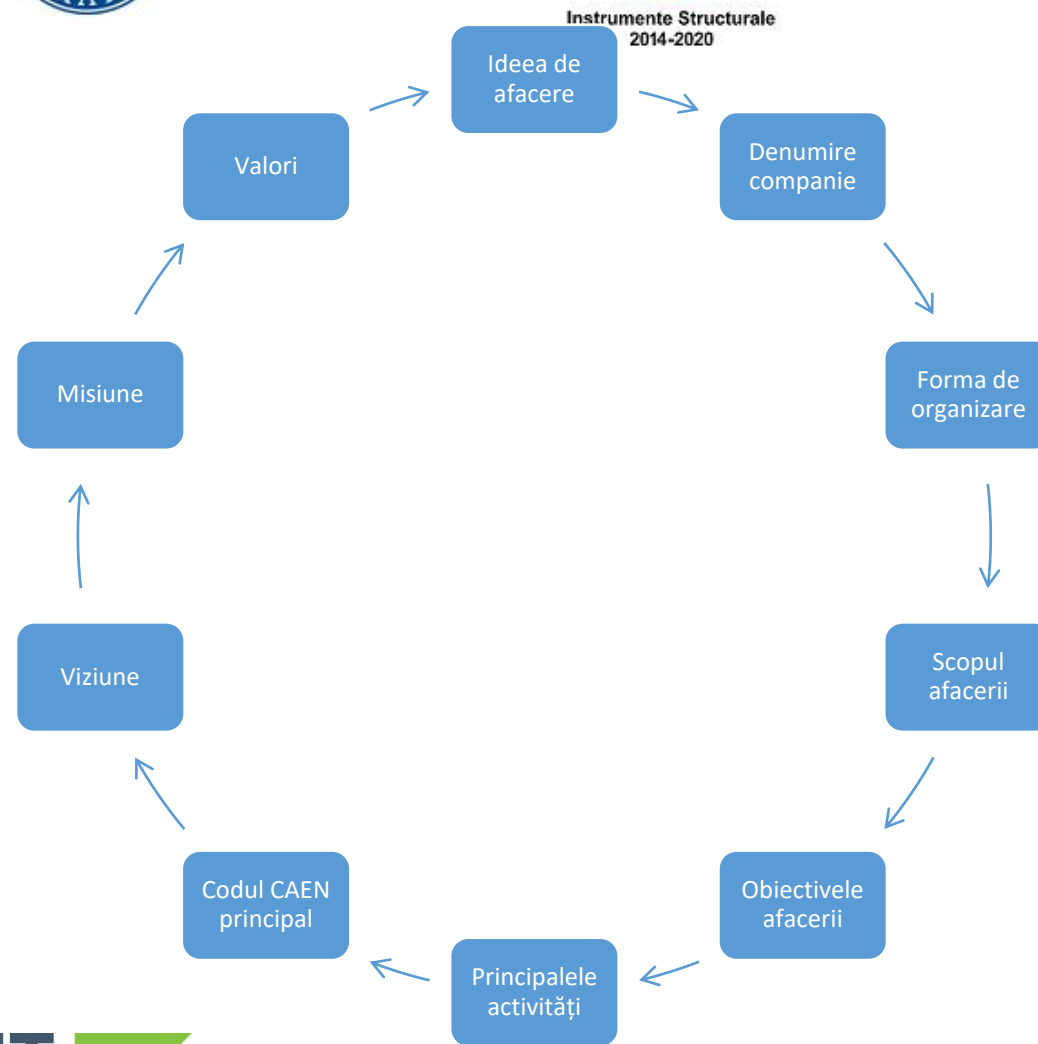
”SanaGout a luat naștere în urma colaborării dintre cinci antreprenori și s-a născut din pasiunea pentru mâncarea sănătoasă. [Povestea SanaGout](#) a început în anul 2008, cu o investiție inițială de jumătate de milion de euro. În prezent, cei cinci antreprenori îi ajută pe angajatori să înțeleagă că o masă de prânz caldă servită angajaților le poate aduce beneficii pe termen lung. Din 2016, după o schimbare de strategie, SanaGout oferă servicii de organizare evenimente complete pe zona corporate, pachete de wellbeing și beneficii pentru angajații marilor companii și servicii de catering pentru evenimente corporate”(joblist.md).



Instrumente Structurale
2014-2020

Exercițiu practic

Gândiți-vă la o idee de afacere din domeniul dvs.de specializare și treceți prin următoarele acțiuni pentru a o dezvolta:



Exemplu



ACȚIUNE	DETALII
IDEEA DE AFACERE	<p>Gândiți-vă la o idee de afacere din domeniul dvs.de specializare și descrieți această idee în câteva cuvinte (maxim 300 caractere)</p> <p><i>Companie care realizează software la comandă pentru clienți privați (din orașul Ploiești).</i></p>
DENUMIRE COMPANIE	<p>Alegeți un nume pentru compania dvs.</p> <p><i>AGN Software SRL</i></p>
FORMA DE ORGANIZARE	<p>Alegeți o formă de organizare pentru compania dvs.</p> <p><i>PFA, SA sau SRL</i></p>
SCOPUL AFACERII	<p>Descrieți în câteva cuvinte scopul afacerii dvs. (maxim 300 caractere)</p> <p><i>Dezvoltarea unui nou produs software tip ERP pentru companii private din industria textilă din România și vânzarea sa în piața din România.</i></p>

Exemplu



ACȚIUNE	DETALII
OBIECTIVELE AFACERII (SMART)	<p>Schițați minimum trei obiective ale afacerii dvs. (maxim 1.000 caractere)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Achiziție echipamente, dotări și licențe informatice necesare dezvoltării programului software până la finalul celei de a doua luni de la demararea investiției.2. Formarea unei echipe de cinci programatori în maxim cinci luni de la demararea investiției.3. Dezvoltarea unui produs informatic de tip ERP adresat companiilor private din industria textilă din România având trei module inovative de management și gestiune specifică până la finalul anului 2021.4. Vânzarea directă a produsului către un număr minim de 50 de clienți din industria textilă până la finalul anului 2022.

Exemplu



ACȚIUNE	DETALII
PRINCIPALELE ACTIVITĂȚI	<p>Pentru fiecare din obiectivele afacerii dvs., stabiliți minimum trei activități (maxim 5.000 caractere):</p> <p>1. Achiziție echipamente, dotări și licențe informatice necesare dezvoltării programului software până la finalul celei de a doua luni de la demararea investiției.</p> <ul style="list-style-type: none">• Achiziție 5 laptopuri performante de tip HP XC90• Achiziție mobilier specific birou (5 mese birou și 5 scaune ergonomice)• Achiziție licențe informatice necesare (windows, office, licențe informatice specializate)

Exemplu



ACȚIUNE	DETALII
PRINCIPALELE ACTIVITĂȚI	<p>2. Formarea unei echipe de 5 programatori în maxim 5 luni de la demarare investiției.</p> <ul style="list-style-type: none">• Stabilire buget recrutări și a cerințelor specifice (definire cerințe din fișa postului)• Publicare anunțuri de recrutare pe website-uri de specialitate• Derulare interviuri cu candidații din listele scurte• Transmitere oferte, negociere și semnare contracte cu angajații selectați

Exemplu



ACȚIUNE	DETALII
PRINCIPALELE ACTIVITĂȚI	<p>3. Dezvoltarea unui produs informatic de tip ERP adresat companiilor private din industria textilă din România având trei module inovative de management și gestiune specifică până la finalul anului 2021</p> <ul style="list-style-type: none">• Stabilirea cerințelor tehnice și funcționale ale programului informatic• Schițarea arhitecturii de sistem• Programarea efectivă pentru dezvoltarea produsului în varianta beta• Testarea și îmbunătățirea continuă a produsului

Exemplu



ACȚIUNE	DETALII
PRINCIPALELE ACTIVITĂȚI	<p>4. Vânzarea directă a produsului către un număr minim de 50 de clienți din industria textilă până la finalul anului 2022.</p> <ul style="list-style-type: none">• Stabilirea strategiei de vânzare a produsului (direct și prin parteneri)• Abordarea unui număr de 500 de prospecți prin canale de marketing online• Transmiterea de oferte pentru prospecții interesați• Semnarea de contracte cu clienții și menținerea relației cu aceștia.

Exemplu



ACȚIUNE	DETALII
CODUL CAEN PRINCIPAL	<p>Selectați codul CAEN principal care se potrivește cel mai bine afacerii dvs.</p> <p>Folosiți lista de la adresa de mai jos: http://www.actefirma.ro/wp-content/uploads/2015/05/Codul_CAEN_Rev_2_actualizat.pdf</p> <p>CAEN: 6201 – Realizare software la comandă</p>
VIZIUNE	<p>Viziunea companiei reprezintă, de fapt, ceea ce își propune compania să îmbunătățească în diferite sectoare: social, de mediu, integrare profesională, etc.</p> <p>Viziunea companiei este aceea de a construi o lume axată pe forțele antreprenoriatului, devotament, adaptare și progres continuu ce vor genera plusvaloare în societatea românească și cea europeană în acord cu principiile dezvoltării durabile, ale protejării mediului înconjurător, egalitatea de șanse, gen și nediscriminare.</p>

Exemplu



ACȚIUNE	DETALII
MISIUNE	<p>Misiunea unei companii reprezintă scopul acesteia, dincolo de obținerea de profit. Este ceea ce compania și-a propus să aducă nou în rândul clienților săi.</p> <p>Misiunea companiei este aceea de a oferi clienților săi, din industria textilă, o gamă cât mai largă de servicii software pentru a le deservi toate nevoile în cadrul unei abordări integrate de tip „one-stop-shop.</p>

Exemplu



ACȚIUNE	DETALII
VALORI	<p>Valorile sunt în concordanță cu viziunea și misiunea companiei și reprezintă, de fapt, principiile pe care compania le va respecta, aplica și promova în cadrul activităților sale.</p> <ul style="list-style-type: none">● Egalitate de șanse, tratament și de gen● Nediscriminare● Protecția mediului înconjurător● Devotament● Implicare● Responsabilitate● Conduită etică● Profesionalism și spirit de echipă.



Bibliografie

Surse online:

1. Ghid pentru antreprenariat social, (2019), disponibil la: <http://www.bacisproject.eu/wp-content/uploads/2019/01/Guidelines-RO.pdf>;
2. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2019-2020, (2020), disponibil la: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>;
3. Legea nr. 31/1990 privind societățile comerciale, republicată;
4. Vocoli, (2014), 10 Inspiring Examples of Successful Intrapreneurship, disponibil la: <https://www.vocoli.com/blog/may-2014/10-inspiring-examples-of-successful-intrapreneurship/>;
5. innovatingsociety.com
6. Joblist.md
7. www.forbes.ro
8. www.wall-street.ro
9. [http://www.actefirma.ro/wp-content/uploads/2015/05/Codul CAEN Rev 2 actualizat.pdf](http://www.actefirma.ro/wp-content/uploads/2015/05/Codul_CAEN_Rev_2_actualizat.pdf)



Bibliografie

1. Crețu D., Daniliuc F.S., Manolescu R., Marcu M., Maxim R., Pătrășcanu F., Roman L., Stoian N., Vrînceanu C., (2012); Ghid practic pentru antreprenori; Editura Universul Juridic; București;
2. Cubico S., Bortolani E., Favretto G., (2010). Describing the entrepreneurial profile: The entrepreneurial aptitude test (TAI), International Journal of Entrepreneurship and Small Business; Vol.11, Issue 4;
3. Greene F., (2020), Entrepreneurship: Theory and Practice; Macmillan;
4. Istocescu A., (2008), Etapele de viață ale unei întreprinderi mici sau mijlocii; Economia seria Management Vol. 11, Nr. 2/2008;
5. Onofrei A.; Ionescu A., (2019), Conferința științifică „Integrare prin cercetare și inovare”, USM, 7-8 noiembrie 2019;



Bibliografie

6. Orhei E., (2007), Antreprenoriatul social și rolul său în dezvoltarea socială, disponibil la:

http://old.upm.ro/facultati_departamente/ea/onm2007/SECTIUNEA%202/Orhei_Elisabeta.pdf; accesat în data de 07.11.2020;

7. Rauch A.; Frese M., (2007), Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success; [European Journal of Work and Organizational Psychology; Vol.16, Issue 4/2007;](#)

[8. Smith](#) M.; Apfel A; Bergstrom K., (2004), Methods and systems for evaluation of business performance; United States Patent Application Publication;

9. Soare E., (2008); Educația antreprenorială: ultima provocare a școlii; Editura V. & I. Integral, București;

10. Venera A., (2010), Premise ale managementului intraprenorial la nivelul universităților; Analele Universității „Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu, Seria Economie, Nr. 3/2010;